



## **GRADO EN ÓPTICA Y OPTOMETRÍA**

### **TRABAJO FINAL DE GRADO**

---

# **PLAN DE NEGOCIO DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS DE ÓPTICA.**

**Isabel Fenollar Alcolea**

**Director: RAMÓN CASABONA**



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

Facultat d'Òptica i Optometria de Terrassa

### GRADO UNIVERSITARIO EN ÓPTICA Y OPTOMETRÍA

El Sr. Ramon Casabona, como director del trabajo,

CERTIFICA

Que la Sra. **Isabel Fenollar Alcolea** ha realizado bajo su supervisión el trabajo **Plan de negocio de una empresa distribuidora de productos de óptica** que se recoge en esta memoria para optar al título de grado en Óptica y Optometría.

Y para que así conste, firmo este certificado.

Sr..Ramon Casabona

Director del trabajo

Terrassa, 2 de Mayo



## **AGRADECIMIENTOS:**

En primer lugar, quiero agradecer a mi tutor RAMÓN CASABONA toda la paciencia y ayuda que me ha brindado desde el comienzo de este proyecto. Por sus sugerencias, recomendaciones y consejos en cada una de las dudas que me han surgido a lo largo estos meses, gracias.

A mi familia, un pilar fundamental en mi vida, por su apoyo moral y su confianza en mí en todo momento, sin ellos y nada de esto hubiera sido posible.

A mis amigos y compañeros de trabajo, por estar siempre ahí, apoyándome y ofreciéndome sus conocimientos siempre que los he necesitado.

Por último, a todos mis compañeros de la UPC así como profesores y personal de secretaría, por haber recibido un trato excelente de parte de cada uno de ellos.

A todos ellos, muchas gracias de corazón.

# ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN .....	7
1.1 OBJETIVOS .....	8
1.2 RESUMEN .....	10
• Resumen CASTELLANO .....	10
• Resumen CATALÁN .....	11
• Resumen INGLÉS .....	12
1.3 EXECUTIVE SUMMARY .....	13
2. PRESENTACION DEL EQUIPO HUMANO .....	18
3. PLAN JURÍDICO FORMAL .....	20
4. PLAN DE MARKETING .....	23
4.1 INTRODUCCIÓN .....	23
4.2 LA EMPRESA .....	24
4.3 MERCADO OBJETIVO.....	27
4.4 DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS .....	28
4.5 ESTUDIO DE MERCADO .....	43
4.6 DETERMINACIÓN PRECIO DE VENTA .....	50
4.7 ANÁLISIS DAFO .....	52
4.8 COMUNICACIÓN .....	55
• Publicidad .....	55
• Promociones .....	59
5. PLAN DE PRODUCCIÓN .....	61
6. PLAN DE RECURSOS HUMANOS .....	62

<b>7. PLAN ECONOMICO-FINANCIERO .....</b>	<b>64</b>
<b>8. CONFIDENCIALIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS .....</b>	<b>69</b>
<b>9. CONCLUSIONES .....</b>	<b>70</b>
<b>10. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>71</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

En este trabajo final de grado, se diseñará un plan de negocio para una empresa encargada de distribuir productos de óptica. Gracias a este proyecto, obtendremos una visión general y objetiva de la creación y el funcionamiento de una empresa con ciertas características. Con todos los datos obtenidos, podremos descubrir si se trata de una idea de negocio potencialmente rentable en nuestro ámbito empresarial. El nombre comercial de empresa será **WOODSON S.L.** y el principal producto que distribuirá serán gafas de sol deportivas que ofrecen la mejor protección frente a los rayos del sol UV, y un máximo confort garantizado debido a un innovador material en sus varillas, evitando el deslizamiento de las gafas durante la práctica de deportes.

Se realizará un análisis preciso sobre determinados parámetros que nos harán obtener una visión general de la situación económica de la empresa. Se analizarán todos los distintos factores que influyen tanto en el éxito como en el fracaso de una idea de negocio, y ofreceremos una descripción detallada de los servicios y productos que pondremos a disposición de nuestros clientes. Se llevará a cabo un plan de operaciones y se presentará al equipo humano de la empresa. Por último, se expondrá un importante plan de marketing, concluyendo con un análisis DAFO y un estudio exhaustivo económico financiero del negocio.

## **1.1OBJETIVOS**

Como ya se ha mencionado en la breve introducción, el objetivo principal de este trabajo es el desarrollar un plan de negocio, con el que, mediante el estudio de mercado y cliente potencial, se podrá analizar claramente la viabilidad económica y financiera de nuestra futura empresa.

Siguiendo el índice establecido, marcaremos una serie de pasos en nuestro trabajo, que detallamos a continuación:

En primer lugar, se realizará un breve resumen ejecutivo en inglés, en el cual daremos a conocer nuestra idea de negocio, creando una simulación lo más real posible sobre la creación de una empresa con determinadas características. De esta manera, queremos concretar si dicha idea de negocio será rentable potencialmente.

Se detallará toda la información sobre los productos, servicios y demás características que prestará la empresa tales como ubicación, nombre y logo de la misma, y un plan de operaciones así como el plan jurídico formal elegido para la empresa.

Además, presentaremos al equipo humano y se explicará el papel que cada miembro de la plantilla desempeña dentro de la empresa, así como su experiencia profesional y objetivos logrados durante su carrera profesional. Todo esto estará más detallado en el plan de recursos humanos.



En el plan de marketing, se realizará un detallado análisis de mercado, y de los clientes potenciales, así como de la competencia y los proveedores. Se determinará el precio de venta de acuerdo con los datos obtenidos y se establecerá una potente estrategia de marketing frente a la competencia, gracias a la cual, desarrollaremos diferentes campañas publicitarias y promociones, algunas de ellas gracias al marketing digital, lo cual nos reportará una gran ventaja frente a los competidores.

El análisis DAFO es uno de los puntos fuertes de este proyecto, en el cual se analizará detalladamente las debilidades y fortalezas, así como las amenazas y oportunidades del negocio.

Por último, se detallará un plan de producción y un plan económico y financiero para demostrar la viabilidad de la empresa. Ingresos, gastos, balance de situación... nos ofrecerá una visión clara y real sobre si la empresa es rentable en el mercado óptico.



## GRADO EN ÓPTICA Y OPTOMETRÍA

# PLAN DE NEGOCIO DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS DE ÓPTICA

### RESUMEN

En este trabajo final de grado, llevaremos a cabo un plan de negocio de una empresa distribuidora de productos ópticos. Nuestra empresa se llama Woodson SL, y es distribuidora de gafas de sol Deportivas.

Para conocer la viabilidad de nuestro negocio, se realizará un estudio de mercado, con el objetivo de conocer a nuestros consumidores en profundidad y poder satisfacer sus necesidades. Diseñaremos interesantes estrategias de marketing y marketing digital para destacar con respecto a la competencia y analizaremos los potenciales de mercado.

El equipo de Woodson SL estará compuesto por tres profesionales que presentaremos en el plan de recursos humanos y estudiaremos en profundidad un plan económico-financiero para conocer la viabilidad de nuestro negocio, mediante previsiones de ventas, balance de situaciones y cuentas de resultados, demostrando la sostenibilidad de nuestra futura empresa.

Facultat d'òptica i optometria de Terrassa



## GRADO EN ÓPTICA Y OPTOMETRÍA

# PLAN DE NEGOCIO DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS DE ÓPTICA

### RESUM

En aquest treball final de grau, portarem a terme un pla de negoci d'una empresa distribuïdora de productes òptics. La nostra empresa es diu Woodson SL, i és distribuïdora d'ulleres de sol esportives.

Per conèixer la viabilitat del nostre negoci, realitzarem un estudi de mercat, amb l'objectiu de conèixer als nostres consumidors en profunditat i poder satisfer les seves necessitats. Dissenyarem interessants estratègies de màrqueting per destacar i diferenciar el que fa la competència i analitzarem els potencials de mercat.

L'equip de Woodson SL estarà compost per tres professionals que presentarem en el pla de recursos humans i estudiarem en profunditat un pla econòmic-financer per conèixer la viabilitat del nostre negoci, mitjançant previsions de vendes, balanç de situacions i comptes de resultats, demostrant la sostenibilitat de la nostra futura empresa.

Facultat d'òptica i optometria de Terrassa



## GRADO EN ÓPTICA Y OPTOMETRÍA

# PLAN DE NEGOCIO DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS DE ÓPTICA

### SUMMARY

In this final degree project, we will carry out a business plan for an optical products distribution company. Our company is called Woodson SL, and is a distributor of sport sunglasses.

To know the viability of our business, we will conduct a market study, with the aim of knowing our consumers in depth and to be able to satisfy their needs. We will design interesting marketing strategies to stand out from the competition and analyze the market potentials.

The Woodson SL team will be composed of three professionals that we will present in the human resources plan and we will study in depth, an economic-financial plan to know the viability of our business, through sales forecasts, balance of situations and income statements, demonstrating the sustainability of our future company.

Facultat d'òptica i optometria de Terrassa

## **EXECUTIVE SUMMARY**

On more than one occasion, since I started studying optics and optometry, I have imagined what it would be like to create my own brand of sunglasses. It has always been an idea in my head, but to be honest, I have never really known how to make that idea come true.

Thanks to this final project, I have had the opportunity to expand my knowledge in this field so that maybe in the future, I would like to create my own distributor company of optical frames and sunglasses.

The objective of this work is to carry out a business plan of a company that distributes, in this case, sport sunglasses, offering constant support to the optician. The main idea of the company will be to distribute sunglasses for sports. They offer the best protection against the the UV sun lights, and a maximum comfort guaranteed due to an innovative material in their arms, avoiding the sliding of the glasses during the practice of sports. In this way they will adjust better to everybody. Our personalized cases and clothes will be manufactured with an innovative eco-friendly material

What distinguishes us from other companies, in addition to our collection of exclusive personalized models, will be the fact that we are a company concerned about caring for the environment, using eco-friendly products.

I think it is a good time in the optical market to create this type of business, since nowadays sunglasses and also eyewear frames are a complement to fashion and style, apart from offering optical correction to people who need optical help. We will have as a clear and defined mission to offer our customers the best quality of our products and services, making us worthy of their trust.

This project is divided into different sections, where we will analyze each and every one of the most important plans to start our company. First of all, we will have to choose a name for our company, in this case, our company will be called WOODSON

S.L, and we will choose a logo that represents it. Our head office will be located in the Paterna industrial park, near Valencia.

We will do a quick presentation of our team. In the start, our company will be composed of three members. The founder of the company, who has extensive experience and knowledge in all aspects of business operations and management including: accounting, payroll, fiscal reports, purchases, control material, etc. We will have a commercial adviser, who is also a partner of the company, and will be in charge of publicizing our brand in the Spanish territory and attracting new customers. He will visit different optical centers promoting our products and services in a personalized way.

Finally, the community manager will be the person in charge of managing the marketing area, website and social networks, process online orders, track shipments, etc. She will be the professional responsible for building and managing the online community around our brand on the Internet, creating and maintaining stable and lasting relationships with customers, followers and, in general, any user interested in the brand.

On the other hand, the legal form chosen for the company will be a Society of Limited Individual Responsibility. Liability to creditors will be limited to social capital and assets in the name of the company; relative simplicity in terms of bureaucratic procedures, both in the constitution and in the operation, with a simpler management than that of a corporation and a minimum social capital required relatively low are some of the advantages of choosing a S.L.

Regarding the marketing plan, we will detail the place where our company will be located, in Fuente del Jarro industrial park, in Paterna (Valencia). It is the biggest industrial park in the province of Valencia and one of the largest in Spain. We will also explain in detail all the services and products that our company will be responsible for distributing to reach every customer.

Currently and according to recent studies, almost 90% of the sales of some startups such as Hawkers Spain come from social networks such as Facebook and Instagram.

Our business is a small distribution company of sport sunglasses. Our function will be to develop a powerful digital marketing plan to reach as many people as possible thanks to our website and social networks. You can also find our brand in different big optical groups, as well as small independent opticians of the Valencian community and the rest of Spain. You can also find sport sunglasses online, through the Amazon and Ebay distribution companies, giving our company the possibility of selling our product outside our borders.

We will carry out a DAFO study to analyze the internal and external characteristics of the company. It is known that in the optical sector there is a great competition and price war, that is why we must carefully analyze our future clients or potential clients, in order to know their interests and needs.

Currently and after the economic crisis suffered by Spain in the last decade, there is a great preference in the market for own brands, store brands and new products with good value for money compared to exclusive and expensive design frames. Therefore, we will analyze the study of competition, the rivalry between competitors, as well as all new competition and their bargaining tools.

Our strengths in this area will be:

- Great teamwork, motivation and desire to succeed.
- Formation of the human team.
- Deep knowledge of the target audience and the sector in particular.
- Excellent customer service, personalized service.
- Attractive designs, constant renewal of our models and materials.

The communication will be a key point in our company, as we will inform our customers about the products and services, and the advantages of consuming these products against those of the competition, as well as motivate to try our articles under excellent quality guarantees.

We can reach our clients through different ways, including thanks to large marketing strategies and digital marketing strategies where we can help the internet and social networks to attract future customers for our brand. We will study and analyze the

needs and priorities of the potential customer to attract their attention and make them passionate about our brand.

When the company is somewhat consolidated, it will be a very good claim to have a known face (influencer, youtuber, singer ...) in order to associate our brand with a certain audience and make ourselves known in social media. We will also make brochures, business cards and we will have a website [www.woodson.com](http://www.woodson.com) as well as Amazon and Ebay marketplaces, where you can place your orders online and receive the glasses in a maximum of 48 hours.

Sports events will be promoted on a national level that attract thousands of tourists, like the America's world cup that is celebrated in Valencia, among many other sport events of the same magnitude. In this way it is expected to publicize our brand in a sporting environment where there are many more possibilities to attract potential customers.

Whether consumers decide to buy our products online through our website ([www.woodson.com](http://www.woodson.com)) or if they decide to go to one of the opticians where they sell our frames, they will experience an excellent advisory service, an excellent after sales service and repairs. To achieve a greater advertising impact for our brand, we have thought of doing different promotions throughout the year, especially in January and June (sales). The objective is to attract consumers to acquire our product during these special promotions. As we mentioned before, a good promotion would be to offer a price reduction in a second pair of glasses. In this way, two people can benefit from the offer and purchase our products at a somewhat lower price.

In Spain, 53.4% of the population uses some system to correct their vision. Specifically, almost 25 million Spanish use glasses or sunglasses. According to several studies of the Spanish Federation of Associations of the Optical Sector, the Spanish population that needs visual correction has gone from 50.6% in 2008, to 53.4% in 2012.

Finally, in the last section, the financial economic which is one of the most important of a business plan, we will analyze the initial and future viability of the company, based on several profitability analyzes, we will make a sales forecast and a balance of the



situation and income statement showing well if our company will be viable in the near future.

A detailed business plan for the first year will be prepared, besides we will study in depth, an economic-financial plan to know the viability of our business, through sales forecasts, balance of situations and income statements, demonstrating the sustainability of our future company. In our concrete case and according to this business plan, it would be a predictably viable company. Although the first two years we will obtain more losses than benefits, we will be able to overcome this in the coming years, recovering with benefits that we hope will continue this way in the near future.

## 2. PRESENTACIÓN DEL EQUIPO HUMANO

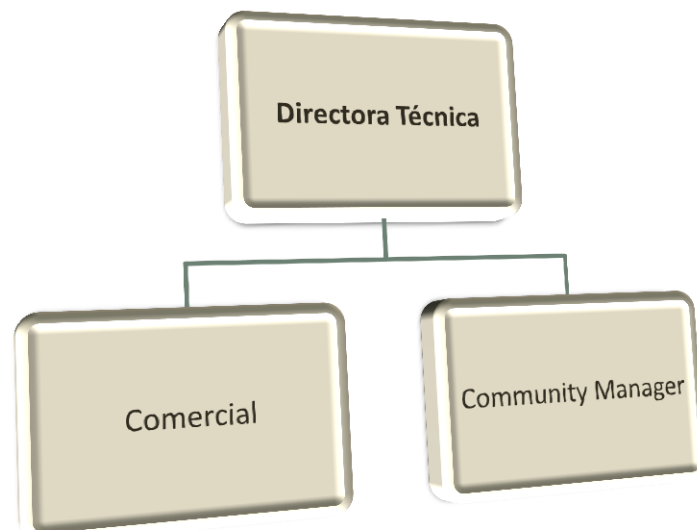
En este apartado se analizará de manera esquemática la estructura que tendrá la empresa. A continuación detallamos un pequeño resumen con la descripción del puesto de las personas que forman nuestra empresa. (Incluye organigrama).

Woodson SL estará constituida por la persona emprendedora de este proyecto, que será la **directora técnica** de la misma, graduada en Óptica y Optometría y con estudios superiores especializados en gestión comercial y marketing, además de una gran experiencia profesional trabajando durante años para una multinacional.

Será una persona con la cualificación adecuada para desarrollar las tareas propias administrativas, de recursos humanos, contrataciones, y el aspecto logístico de la misma. Además también será la persona encargada de diseñar las monturas, el diseño, la elección de formas, colores y materiales con los que se trabajarán.

Contaremos con un **asesor comercial**, que es además **socio** de la empresa, y será el encargado de dar a conocer nuestra marca en el territorio español y la captación de nuevos clientes potenciales, visitará distintos centros ópticos promocionando nuestros productos y servicios de una manera personalizada, tramitando ventas y reportando dichos pedidos para su gestión, se encargará también del cobro de los pedidos.

Por último, el **community manager**, será la persona encargada de gestionar el área de marketing, marketing digital, marketplace, página web y redes sociales, plataformas Ebay y Amazon. Tramitará los pedidos e informará al gestor sobre el inventario para así llevar a cabo el pedido de producto a los proveedores, seguimiento de envíos, etc.



Este organigrama resume la estructura de una empresa pequeña. Como vemos, se trata de una estructura simple dónde es el propio propietario o propietarios quienes dirigen directamente la empresa y toman la mayoría de las decisiones estratégicas. Mientras que las grandes empresas suelen estar divididas en varios departamentos y por tanto, cuentan un mayor número de empleados.

De esta manera facilitaremos la relación y la comunicación entre los empleados que la forman, lo que nos da una cierta flexibilidad a la hora de tomar decisiones entre otras cosas. En un futuro no descartamos la incorporación de nuevos miembros a la plantilla, todo dependerá de la evolución y ventas de la empresa.

Detallaremos todos los puntos principales en el apartado de Plan de Recursos humanos.

### 3. PLAN JURIDICO FORMAL

En este apartado se especificará la forma jurídica que adoptará la empresa, cuáles han sido los factores que han hecho tomar esa decisión, así como todos aquellos aspectos legales relativos a la constitución de la misma.

Tras el estudio de los diferentes tipos de sociedad a los que se puede optar para la creación de la empresa, así como sus principales características relativas al número de socios, responsabilidad de los mismos, capital mínimo exigido y el carácter fiscal y tributario frente a la hacienda pública y demás organismos, se decantará por la constitución de una ***Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.L.)***.

Nº de Socios	Capital	Responsabilidad	Fiscalidad
Mínimo 1	Mínimo 3000€	Limitada	Impuesto de sociedades
VENTAJAS		INCONVENIENTES	
Es la forma ideal y más utilizada para sociedades pequeñas con pocos socios y capital reducido.		Exige un capital mínimo para su creación	
Limita la responsabilidad de los socios al capital aportado a la sociedad.		No se pueden transmitir las participaciones libremente, pues no se necesita consentimiento de los socios.	
Las decisiones se toman democráticamente. Equilibrio		En determinados niveles de beneficio el tipo de gravamen	

entre el riesgo y poder de decisión.		puede ser superior al del IRPF.	
La sociedad puede tener carácter unipersonal. Se exige menor rigor formal y menor capital mínimo que en las sociedades anónimas.		Hay unos costes fiscales del 1% del capital aportado en el momento de constitución en el Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y actos jurídicos documentados.	

Fuente <https://formandoempleo.es/sociedad-limitada-tramites-crear-una-sl/>

La Sociedad Limitada suele ser la forma jurídica más elegida por los empresarios o emprendedores para poner en funcionamiento su idea de negocio. A continuación se detallarán cada uno de los aspectos relacionados con la constitución de la Sociedad Limitada y como se han definido en el plan de negocio.

- ❖ La denominación social o nombre que llevará la empresa será una de las primeras gestiones a realizar. Para ello, uno de los socios debe solicitar el certificado negativo de denominación social en el **Registro Mercantil Central**. Es el documento que acredita que el nombre elegido para la empresa no coincide con el de ninguna otra sociedad, en este caso la empresa se llamará WOODSON EYEWEAR S.L.
- ❖ Una vez que ya tiene nombre el negocio, el siguiente paso será abrir una **cuenta bancaria** a nombre de la empresa y pensar con qué capital comenzar. El capital social es la suma de las aportaciones que cada socio realiza, tiene que estar totalmente desembolsado, siendo el mínimo 3.005,06 euros y sin límite máximo. El capital social que se desembolsará para la constitución de la empresa será de 89.000 euros. Aportando un 60% de esa cantidad el director general, y un 40% el otro socio, en este caso el agente comercial.

- ❖ La firma de la escritura pública de la constitución de la sociedad se realizará ante notario y la posterior inscripción en el Registro Mercantil. Liquidación del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales.
- ❖ Trámites en Hacienda: Obtención del NIF provisional, alta en el IAE, declaración censal.
- ❖ La sociedad ha de inscribirse en el **Registro Mercantil** de, en este caso Valencia.
- ❖ Por último, la obtención del N.I.F definitivo. Superados estos trámites, la creación de nuestra Sociedad Limitada ya es efectiva.

## **4. PLAN DE MARKETING**

### **4.1 Introducción**

El principal objetivo de este plan de marketing es el de dar a conocer nuestra empresa y los productos y servicios que ésta ofrece a sus clientes.

En primer lugar haremos una breve descripción de la empresa, productos, servicios y lugar donde va a estar ubicada. Estudiaremos el mercado objetivo, así como los clientes potenciales, estrategias de posicionamiento con lo que buscaremos ofrecer una imagen óptima de nuestra empresa hacia el público e intentaremos fidelizar a nuestros clientes con diferentes estrategias de marketing.

Es decir, se explicará un el punto de vista comercial, qué tipo de producto y servicios queremos ofrecer a los clientes, cómo los vamos a dar a conocer, cómo el cliente podrá conseguir nuestro producto y el precio de venta de los mismos.

## 4.2 LA EMPRESA

Woodson Eyewear SL será una empresa de **distribución y venta de gafas de sol para deporte**. Nuestras gafas diseñadas para la práctica de deportes van a proporcionarnos grandes ventajas, no solo a la hora de protegernos los ojos y el cuidado de la visión, sino también en cuanto al rendimiento deportivo. Todos los diseños incluyen un sistema especial antideslizado gracias al exclusivo y novedoso material de sus varillas y lentes de policarbonato, siendo el material más resistente a impactos en el mercado, lo que las hace perfectas para el uso de deportes.

Los exclusivos modelos Woodson ofrecerán una completa protección solar mejorando así nuestra visión en espacios abiertos o deportes al aire libre, además de ofrecer un mejor rendimiento visual ya que algunos de nuestros modelos podrán graduarse en caso de que el cliente necesite corrección visual.

Ofreceremos al público las mejores gafas deportivas, con la máxima calidad garantizada de nuestros materiales y un máximo confort para disfrutar de su deporte favorito.



Se ha elegido y diseñado un logo para la empresa, el cual nos identificará y distinguirá frente a los competidores.



Una decisión muy importante a la hora de establecer un negocio, es la localización de la misma, ya que de esto dependerá en gran medida el éxito de la empresa. Para ello hemos tenido en cuenta varios factores como la proximidad a la clientela y a la mano de obra, y la proximidad con los proveedores.

La oficina central se localizará en el **polígono industrial Fuente del Jarro**, en Paterna, (Valencia). Se ha elegido esta ubicación debido a que se trata del polígono industrial más grande de la provincia de Valencia y también uno de los más grandes de toda España. Está a tan sólo 9 km de Valencia y tiene entrada directa a la autovía A7 conectándolo de esta manera con el sur de España y también con Castellón y Cataluña hacia el norte. Rodeado por la carretera nacional y la V30, facilita la comunicación con el aeropuerto de Manises y el puerto de Valencia, situado a tan sólo 2 km. Los productos que se comercializarán se obtendrán mayoritariamente de proveedores en el extranjero, lo que ésta ubicación favorecerá y facilitará enormemente sus servicios.



El objetivo principal de la empresa es la de distribuir productos y servicios, en este caso gafas de sol deportivas, tanto en pequeñas ópticas independientes como en grandes centros ópticos, y también en línea a través de nuestro sitio web [www.woodson.com](http://www.woodson.com), así como las grandes plataformas Amazon y Ebay. Cualquier persona alrededor del mundo podrá acceder a nuestro producto en sólo un clic.

Toda la gama de gafas de sol deportivas estará disponible vía online, donde se podrán ver fotos de los distintos modelos, así como leer las características, materiales y medidas de cada una de ellas.

Ofrecemos gafas de sol deportivas de alta calidad a precios contenidos, que variarán desde los 75 a los 90 euros.

## 4.3 MERCADO OBJETIVO

En este apartado se hace referencia a todos aquellos clientes a los que nuestra empresa dirigirá sus productos o servicios y sobre los cuales se centrarán todos los esfuerzos posibles de venta para su captación.

Según Frank José Facchin, profesor y consultor de Marketing Digital, su definición de público objetivo es *“...Un grupo de personas que quieren y/o necesitan lo que nosotros podemos ofrecer. Y, por esa razón, serán más propensos a comprar nuestros productos o a contratar nuestros servicios...”* Fuente: [“https://laculturadelmarketing.com/plan-de-marketing-xii-analisis-del-publico-objetivo/”](https://laculturadelmarketing.com/plan-de-marketing-xii-analisis-del-publico-objetivo/)

Nuestro mercado objetivo en este caso, a quien ofreceremos los productos y servicios de los que dispone la empresa para de esta manera satisfacer sus necesidades, será aquel que se identifique con nuestra marca, ya sea por las características de los productos que se ofrecen o bien porque se siente identificado con la filosofía de la empresa a estudio. Principalmente, el cliente objetivo a los que se orientará la empresa, será deportistas de élite, profesionales, o aficionados al deporte que buscan la calidad del producto a precios contenidos.

Se podrán encontrar los productos tanto en tiendas físicas (pequeñas ópticas independientes o grandes grupos ópticos) como online a través de redes sociales, Facebook e Instagram, plataformas digitales como Ebay y Amazon, y la página web de la propia empresa entre otros. Sin embargo, gracias al auge de las nuevas tecnologías y

la facilidad y comodidad de las compras online, hará que la mayor parte de las ventas provengan de la tienda o plataformas online, abriendo las oportunidades comerciales enormemente tanto nacional como internacionalmente.

#### 4.4 PRODUCTOS Y SERVICIOS

Se presentarán todos los productos o gafas de sol deportivas, que estarán divididas en tres grandes grupos o categorías (WS20, WS30, WS40 y Wpolarizadas). Cada categoría contendrá en un principio, entre tres y cinco diseños de gafas de sol variando los diseños y tamaños entre ellos.

En este apartado se presentaran los productos y se detallarán cada una de sus particularidades. La característica principal de nuestros productos será la de ofrecer un **novedoso sistema antideslizante gracias al material exclusivo de sus varillas**, lo que ofrecerá un agarre total de las gafas sin riesgo de deslizamiento garantizando el máximo confort incluso en condiciones meteorológicas adversas, serán por tanto ideales para ciclismo, carreras y deportes de riesgo o acuáticos donde las condiciones suelen ser muy extremas. Todas nuestras gafas incluyen además lentes de policarbonato muy resistentes a impactos.

Las características principales de los diferentes modelos serán principalmente:

- Novedoso sistema anti deslizado gracias al exclusivo material de sus varillas.
- Protección 100% ultravioleta contra los rayos del sol.

- Monturas muy flexibles y resistentes.
- Lentes de policarbonato muy resistentes a impactos.
- Peso muy ligero.
- Opción de lentes polarizadas para obtener una visión más nítida.
- Sistema de ventilación, para evitar que las lentes se empañen con facilidad.

Se ofrece un servicio de envío gratuito en toda la Península si la compra supera el importe de 100€. Si no fuera de esta manera, y debido al ligero peso de las monturas y la funda protectora, los gastos de envío se mantendrán al mínimo gracias a varios acuerdos con diferentes empresas de paquetería. El pedido se recibirá en un máximo de 48 horas dentro del territorio nacional y 72 horas para el extranjero.

También se ofrece un servicio de devolución gratuito en caso de no cumplir con las expectativas de los clientes. Se podrá realizar la devolución del producto para un reembolso completo o un cambio de modelo.

Todas las gafas se enviarán con un estuche eco-friendly de bambú, que estará grabado con el logotipo de la marca Woodson y una gamuza limpiagafas de microfibra.

## **PRODUCTOS**

A continuación detallamos cada uno de los productos, aportando datos de dimensiones, material, forma y colores.



**Modelo WS2060:** Cuenta con cristales especiales para una mejora del contraste. Protección contra el viento por su forma, y protección ultravioleta 100%. Montura muy ligera y resistente a golpes para una máxima comodidad. Sistema de agarre en las varillas a pesar del sudor. Cuenta con lentes intercambiables.

Modelo 2060

Calibre 55 mm

Puente 16 mm

Base Lente 54 mm

Diámetro Lente 58.1 mm

Medida Varilla 140 mm

Material Acetato

Color: Negro

Tipo de Bisagra: Flex



**Modelo WS 2062:** Perfectas para corredores o ciclistas. Cuentan con un agarre perfecto incluso en situaciones más extremas y permiten una gran ventilación evitando que la lente se empañe. Pantalla que proporciona 180 grados de visión. Resistencia a los rayos ultravioleta, sistema de agarre en las varillas, peso muy ligero y alta resistencia a caídas o impactos.

Calibre 52 mm

Puente 17 mm

Base Lente 51 mm

Medida Varilla: 140 mm

Material: Acetato

Color: Negro

Tipo Visagra: Fija



**Modelo WS 2064:** Este modelo incluye un sistema especial de agarre que consta de tres puntos de sujeción, dos en la varilla y una almohadilla ajustable en el puente para un mayor punto de apoyo en la nariz. Ideal para runners. Las lentes polarizadas protegen al 100% los rayos UVA, UVB y UVC.

Calibre 56 mm

Puente 16 mm

Diámetro Lente 61.1 mm

Medida Varilla 140 mm

Material Acetato

Color: Negro

Tipo de Bisagra: Flex





**Modelo WS 2066:** Este modelo tiene una lente más curvada para una mayor cobertura y confort durante el entrenamiento. Es un modelo muy ligero y a su vez resistente a impactos. Gran agarre por sus varillas. Diseñadas para corredores, proporcionan una gran ventilación para evitar el empañado.

Calibre 56 mm

Puente 18 mm

Base Lente 58 mm

Medida Varilla 145 mm

Material Acetato

Descripción Material Acetato

Color montura: Negro-azul

Color lentes: Gris

Tipo de Bisagra: Fija



**Modelo WS 3000:** Lentes polarizadas para una visión más nítida, sin reflejos, y más precisa. Montura extra ligera con un sistema de goma suave en las varillas para una máxima adaptación y agarre, y puente adaptable. Muy flexible y resistente. Varillas de caucho incrustado que garantizan el máximo confort.

Calibre 55 mm

Puente 18 mm

Base Lente 53 mm

Color lente: Azul

Medida Varilla 140 mm

Material Acetato

Color: Negro

Tipo de Bisagra: Flex



**Modelo WS3020:** Ideales para corredores.

Pantalla de policarbonato de alta calidad y muy resistente a impactos. Perfecto agarre gracias al material de sus varillas, puente flexible y antideslizante. Visión 360º

Calibre 58 mm

Puente 16 mm

Medida Varilla 140 mm

Material Acetato

Color: Negro y rojo

Descripción Acetato

Tipo de Bisagra: Flex



**Modelo WS3040:** Extra ligero y muy resistente a

impactos. Sus lentes son polarizadas y tratamiento espejado marrón y plata, lo que las hace perfectas contra los reflejos del agua o nieve. Contraste alto. Perfecto para deportes de montaña o deportes acuáticos, vela, remo, etc. Varillas adaptables y con un fuerte sistema de agarre e incorporan además una banda ajustable para la cabeza. Protección máxima y campo de visión 360º.

Calibre 54 mm  
Puente 16 mm  
Medida Varilla 140 mm  
Material Acetato  
Color: Negro acetato  
Descripción Acetato  
Tipo de Bisagra: Flex



**Modelo WS4020:** Lentes polarizadas en gris con tratamiento hidrofóbico diseñadas para amantes de los deportes acuáticos. Varillas recubiertas de material antideslizante para un mayor agarre. Este modelo además incorpora un sistema de flotadores en sus varillas, lo que garantiza que se mantienen en la superficie en caso de caer al agua. Fijación inmejorable.

Calibre 55 mm  
Puente 16 mm  
Base Lente 54 mm  
Color lente: Grey15  
Medida Varilla 140 mm  
Material Policarbonato  
Color: Gris  
Tipo de Bisagra: Flex



**Modelo WS4000:** Novedosas lentes exclusivas que combinan dos técnicas ópticas muy avanzadas como son el poder de la lente polarizada y fotocromática juntas. Bloquean y eliminan los molestos reflejos. Perfectas para ciclismo, ambientes de oscuridad, poca luz o días nublados.

Terminales de goma antideslizantes, plaquetas ajustables para un máximo confort.

Calibre 57 mm

Puente 18 mm

Base Lente 53 mm

Medida Varilla 140 mm

Material: Acetato

Color: Rojo y negro

Tipo de Bisagra: Flex



**Modelo WS4060:** Lentes fotocromáticas, espejadas, varían desde transparentes a muy oscuro (cat 1 a cat 3) lo que las hace ideales para deportes como running, ciclismo, triathlon, trekking... entre otros deportes. Montura super ligera y resistente, Puente nasal ajustable, sistema de ventilación.

Calibre 56 mm

Puente 18 mm

Medida Varilla 140 mm

Material Acetato

Color: Negro

Descripción Material Acetate

Tipo de Bisagra: Flex



**Modelo WS4080:** Máximo contraste y perfecta visibilidad gracias al color y calidad de sus lentes. Ligera y resistente a impactos o caídas. Varillas y plaquetas ajustables aumentando el agarre y fijación a pesar del sudor. Material ligero y duradero, ofreciendo la mayor protección y el máximo confort.

Calibre 569 mm

Puente 17 mm

Diametro Lente 61.1 mm

Medida Varilla 135 mm

Material Acetato

Color: Gris - amarillo

Descripción Material Acetate

Tipo de Bisagra: Fija



**Modelo WS4090:** Alta Resistencia a los impactos, ofrece un confort máximo gracias a su extremada ligereza y su sistema de ventilación. Varillas auto ajustables y adaptables. Perfectas para deportes como padel, running, ciclismo, entre otros.

Calibre 57 mm

Puente 17 mm

Color Lente: Verde.

Medida Varilla 140 mm

Material Acetato

Color: Negro - verde

Descripción Material Acetato

Tipo de Bisagra: Flex



## **FUNDAS DE BAMBU**

Las originales fundas para proteger las gafas WOODSON estarán fabricadas de bambú. Serán un producto natural sostenible (eco-friendly), es decir, se ha sido diseñado y fabricado respetando las condiciones medioambientales adecuadas.

Son numerosas las ventajas que presentan el uso de productos ecológicos en nuestro negocio: son productos libres de material tóxico, se ahorra energía en su fabricación, no contaminan el medio ambiente, son biodegradables y reciclables 100% y provienen de cultivos totalmente ecológicos.

Además este material hace que la funda sea muy ligera y resistente. Las fundas tendrán el grabado original del logo de la empresa WOODSON e incluirán una gamuza limpia gafas de microfibra de divertidos colores.



## **GAMUZA LIMPIA GAFAS**

Gamuza de microfibra de máxima suavidad, personalizada con el logo de la empresa WOODSON y divertidos colores. Alta calidad, material orgánico reciclable, agradable al tacto, permite una perfecta limpieza y protección de las lentes. 70% poliéster y 30% poliamida.



## **4.5 ESTUDIO DE MERCADO**

En este apartado, se analizará el mercado objetivo, es decir, los clientes o consumidores a los que van dirigido nuestro producto o servicios.

El perfil de cliente en nuestra empresa será la de deportistas aficionados o deportistas profesionales de élite que dedican gran parte de su tiempo a realizar actividades al aire libre y/o deportes acuáticos. Como ya se ha mencionado anteriormente, la ubicación de nuestro almacén será en Paterna, (Valencia).

De esta manera se espera llegar más fácilmente a los centros ópticos de la región, ya que es una de las zonas que ofrece infinidad de posibilidades para la práctica de deportes. Los suaves vientos mediterráneos y las cálidas temperaturas de la Comunidad Valenciana durante la mayor parte del año propician unas condiciones ideales para la práctica de deportes al aire libre.

Además, la celebración de grandes eventos deportivos como la America's World Cup en Valencia, o la Volvo Ocean Race que se celebra en Alicante, atraen a una gran cantidad de deportistas de todo el mundo.



Fuente: <https://e00->

[expansion.uecdn.es/assets/multimedia/imagenes/2017/10/22/15086900245339.jpg](https://e00-expansion.uecdn.es/assets/multimedia/imagenes/2017/10/22/15086900245339.jpg)

Por otro lado, Gracias a las ventajas que ofrece la compra online y las diferentes plataformas marketplace con las que contaremos, abrirán una gran oportunidad de vender nuestros productos tanto a nivel nacional como internacional.

Gracias al estudio de mercado conoceremos más en profundidad a nuestros clientes, y los factores que más valoran a la hora de elegir gafas de sol.

Nuestra idea además será invertir en marketing digital, como es sabido, algunas de las Startups más famosas de nuestro país, como son Hawkers, o la marca española de zapatillas Pompeii afirman que *“el 85% de sus ventas proceden de las redes sociales,*

*especialmente de Instagram". Fuente ["https://startupxplore.com/es/blog/hype-aprender-de-hawkers-pompeii-o-miss-hamptons/"](https://startupxplore.com/es/blog/hype-aprender-de-hawkers-pompeii-o-miss-hamptons/)*

En Woodson los clientes potenciales serán deportistas que desean poder disfrutar de un producto de calidad, actual y moderno, con lentes de muy alta calidad que les permitan disfrutar al máximo de su deporte favorito.

Buscamos llegar cuanta más gente posible, por ello se van a centrar todos los esfuerzos en distribuir nuestros productos en el mayor numero posible de ópticas de toda la comunidad valenciana y a nivel nacional, y hacer una gran campaña de marketing digital, especialmente en Facebook e Instagram para captar la atención de esos clientes potenciales a los que pretendemos llegar con más facilidad.

#### ➤ ESTUDIO DE LA COMPETENCIA

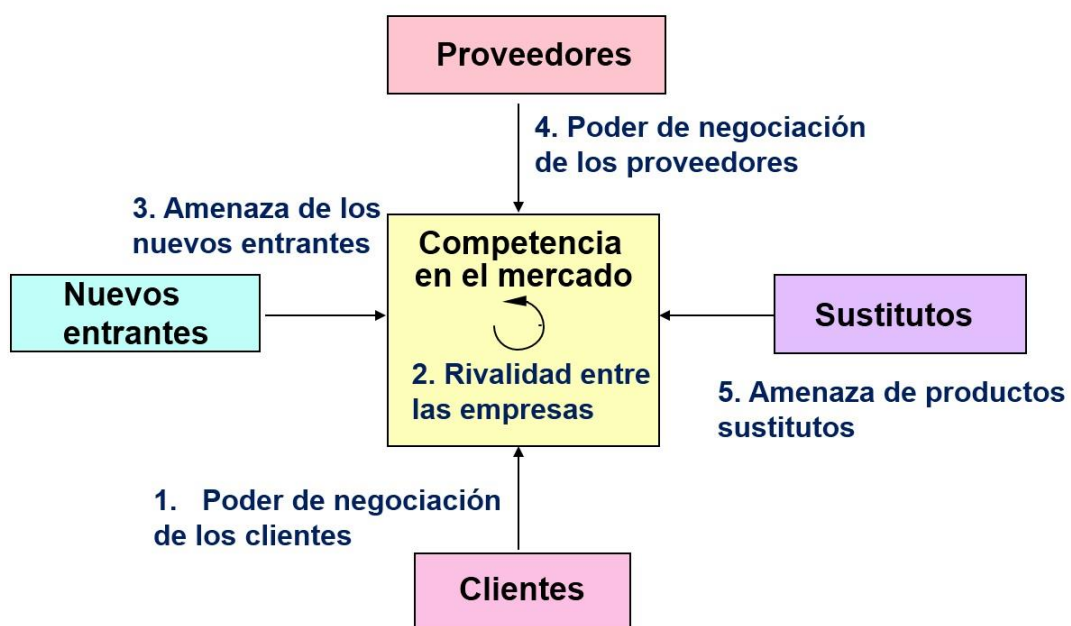
Existe una gran compentencia en el sector óptico, lo que se debe principalmente a la creación de grandes empresas y grupos ópticos y donde existe una gran competencia por disponer de los modelos más exclusivos a los mejores precios. Además las nuevas tecnologías y redes sociales están cambiando la forma como las empresas se relacionan con su publico, haciendo que el mercado crezca.

En este caso, vamos a utilizar el conocido **modelo de las cinco fuerzas**, desarrollado por **Michael Porter**, para poder analizar nuestra competencia más directa. Esta herramienta analítica ha sido la más utilizada para analizar nuestra competencia, y nos vamos a centrar principalmente en cinco fuerzas competitivas básicas:

- ❖ *La rivalidad entre competidores del sector.*
- ❖ *Amenaza de entrada de nuevos competidores.*
- ❖ *Poder de negociación de los clientes.*
- ❖ *Poder de negociación de los proveedores.*
- ❖ *Amenaza de productos sustitutivos.*

(Fuente: "[https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis\\_Porter\\_de\\_las\\_cinco\\_fuerzas](https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas)")

Nuestra función en este apartado, es la de comprender las reglas y pasos que sigue nuestra competencia, para de esta manera poder aprovecharlas en nuestro negocio, o por el contrario, contraatacar con otras estrategias empresariales a favor de nuestra empresa.



Fuente Wikipedia

## **1. Poder de Negociación de los Clientes**

Los clientes tendrán el poder decisivo de los precios que están dispuestos a pagar por un producto, lo que conlleva una amenaza para las empresas, pues existe la posibilidad de pactar un precio más bajo que consideren oportuno.

Además, el abanico de proveedores es muy amplio especialmente en el sector óptico, hay una gran competencia por la entrada al mercado de nuevos proveedores, lo que hace que nuestros clientes dispongan de muchas más opciones e información antes de elegir un producto.

Debido al efecto de la crisis y el producto estandarizado, el cliente buscará la mejor oferta disponible al precio más bajo posible, incluso sacrificando la calidad del producto.

## **2. Rivalidad entre las empresas del sector**

Este punto es de gran importancia debido a que la rentabilidad de un sector se definirá principalmente por la rivalidad existente, es decir, cuantos menos competidores haya en un determinado sector, más rentable será.

Concretamente en el sector óptico, encontramos distintos competidores como pueden ser:

- Grandes empresas ópticas, Luxottica, Sáfilo, que ofrecen una gran variedad de productos y unos altos niveles de calidad.
- Tiendas de gafas de sol, especializadas en la venta directa de monturas de sol, sin ofrecer ningún otro servicio óptico tales como exámenes visuales entre otros.
- El amplio mercado de Internet, dónde se pueden encontrar todo tipo de productos ópticos a precios extremadamente reducidos.
- Bazares o tiendas que ofrecen gafas de sol a una calidad/precio muy reducido.

### **3. Amenaza de nuevos Competidores**

En este punto nos referimos a las barreras que se interponen a la entrada de nuevos productos o competidores en el mercado. Si es demasiado fácil entrar en el mercado de un determinado sector, mayor será la amenaza existente.

Algunas de estas barreras son:

- Diferenciación del producto
- Economías de escala
- Inversiones de capital
- Acceso a los canales de distribución



#### **4. Poder de negociación de los Competidores**

El objetivo final de una estrategia empresarial es la de comprender las reglas que siguen nuestra competencia, para de esta manera, aprovecharlas o cambiarlas a favor de la empresa.

Estas fuerzas influirán en la capacidad de una empresa para competir en un determinado mercado. La combinación de poder de todas ellas determinará las posibilidades que tiene una empresa de obtener altos beneficios.

#### **5. Amenaza de productos Sustitutos**

El incremento en el uso de lentes de contacto en la actualidad, las operaciones de cirugía ocular, entre otras, siempre van a suponer un riesgo para nuestro negocio. De hecho según varios estudios, España es uno de los países pioneros en operaciones de cirugía o Lasik con casi 300.000 operaciones al año.

## 4.6 DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA

Este punto será de gran importancia a la hora de definir el precio de venta de un producto. El precio de venta de un producto dependerá de varios factores externos a la empresa: Oferta, demanda, calidad del producto, calidad de las materias primas, prestigio, marca, competencia y tendencias del mercado principalmente.

Según Enrique Núñez Montenegro, “en su web [www.fundapymes.com](http://www.fundapymes.com)”

*“Existen varios métodos para calcular el precio de venta de un producto: Método de la utilidad bruta, o método del margen de contribución. Y existen una serie de pasos que tendremos que seguir para llegar al precio final.*

- *Definir el costo variable unitario.*
- *Definir un margen de contribución que cubra los costos fijos y las ganancias deseadas.*
- *Calcular el precio de venta dividiendo el costo variable entre el margen de contribución.*
- *Realizar una investigación en el mercado para determinar qué productos compiten en calidad y servicio con los tuyos.*
- *Definir el precio final.”*

Con todos estos datos, podremos marcar los precios a nuestros productos y ajustarlos lo máximo posible para así poder beneficiarnos frente a nuestra competencia más directa.

Los precios de venta que se proponen están estudiados para obtener beneficios y que estos precios sean atractivos para los clientes.

Nuestros precios deberán ser muy competitivos y ofreceremos una relación calidad precio excelente.

PRODUCTO	PRECIO
MODELOS WS20	75€
MODELOS WS30	79€
MODELOS WS40	75€
MODELOS POLARIZADOS	89€

#### ➤ EL MARGEN BRUTO UNITARIO

Podemos definir Margen bruto Unitario como el beneficio de la actividad o servicio de una empresa, o lo que es lo mismo, la diferencia entre el precio de venta de un producto (sin iva) y su coste de producción.

Nos será muy útil a la hora de determinar si un negocio es rentable, debido a que si el margen bruto unitario es negativo no podremos cubrir el resto de costes.

$$\% \text{ Margen Bruto} = (\text{Ventas} - \text{Coste de las ventas}) / \text{Ventas}$$

## 4.7 ANALISIS DAFO

El análisis DAFO, o también conocido como FODA, es una herramienta a través de la cual se estudia la situación de la empresa, y con ello, sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y externas (Amenazas y Oportunidades) para poder establecer una estrategia comercial y así mejorar su rentabilidad o funcionamiento en el mercado.



Mediante este análisis DAFO, se examinará el entorno donde se desarrollará la empresa para sacar el máximo rendimiento a las oportunidades comerciales que se planteen, y se evitarán posibles amenazas. Se analizará la empresa internamente para así aprovechar las fortalezas que se poseen, y afrontar las debilidades.

## **ANÁLISIS INTERNO**

### ➤ FORTALEZAS:

- Formación del equipo humano.
- Gran calidad del producto.
- Profundo conocimiento del público objetivo y del sector en concreto.
- Excelente servicio al cliente.
- Diseños prácticos, actuales, calidad de las lentes oftálmicas.

### ➤ DEBILIDADES:

- Marca todavía desconocida por el público.
- Falta de conocimiento por parte del cliente del producto y de la empresa.
- Estructura de costes estricto.
- Necesidad de un stock mayor debido al tiempo necesario en recibir un pedido de nuestro fabricante (estará ubicado en el extranjero).

## **ANÁLISIS EXTERNO**

### ➤ OPORTUNIDADES:

- Expansión del mercado del uso de gafas de sol. (Complemento de moda, cada vez más actual).
- Implantación de las redes sociales en la sociedad (Facebook e Instagram) para darnos a conocer y llegar a todo tipo de perfiles sociales a muy bajo coste.
- Tendencias de consumo.
- Preocupación por el físico y una vida sana.

- El deporte, una tendencia en la actualidad.

➤ AMENAZAS

- Lucha contra la continua competencia que encontramos en el sector óptico.
- Guerra de precios que conlleva un bajo margen óptico.
- Entrada de nuevos competidores (especialmente ópticas low cost); conllevarían una reducción de márgenes.
- Abaratamiento de las operaciones de cirugía ocular.

La realización de este análisis DAFO nos permite buscar y analizar todas las variables que participan en un negocio, con el fin de obtener mejor información y por tanto tomar mejores decisiones. De esta manera, estableceremos ciertas estrategias para cumplir con los objetivos empresariales esperados.

## 4.8 COMUNICACIÓN

El plan de comunicación será un punto clave en cualquier empresa, ya que gracias a él vamos a dar a conocer nuestros productos en el mercado empresarial, ofreciendo e informando de las ventajas que supone consumir nuestros productos frente a los de la competencia.

Existen numerosas técnicas de comunicación interesantes que se pueden llevar a cabo en un negocio. Aunque en este caso la empresa en cuestión es de reducida dimensión de negocio, existen varias opciones muy interesantes que veremos a continuación:

### ➤ **PUBLICIDAD**

Lo primero de todo será fijar una estrategia publicitaria dirigida a la clientela que queremos atraer. Debemos captar la atención de los clientes potenciales y para ello utilizaremos diferentes medios publicitarios. Vamos a dividir la publicidad en tres niveles principales:

- Segmento de mercado: Como ya hemos mencionado en alguna ocasión, nuestra publicidad irá dirigida a gente de todas las edades, dinámica y deportista. Tanto hombres como mujeres actuales que aprecian la calidad del producto y quieren disfrutar de su deporte favorito sin tener que pagar una fortuna por sus gafas. Aprecian un diseño actual, cómodo y de máxima calidad a un precio moderado.
- Resultados: En este apartado haremos un recuento de los resultados que deseamos o esperamos obtener.

- **Motivación:** Asesoramiento personalizado y ofertas exclusivas durante periodos limitados. Por ejemplo oferta segundo par a mitad de precio para poder compartir gafas con la persona que deseen.

En primer lugar, deberemos ponernos en el lugar del consumidor y pensar que es lo que ellos buscan en nuestro producto. De esta manera intentaremos dar un servicio personalizado en base a sus necesidades. Obviamente existen muchas empresas de gafas de sol, pero nuestra empresa será diferente al resto y debemos remarcar esta ventaja frente a nuestros competidores más directos.

Una vez que tenemos claro el concepto publicitario que queremos desarrollar, y hemos decidido la imagen que queremos ofrecer a nuestro público, vamos a clasificar las diferentes herramientas que utilizaremos para ello.

- ❖ **Revistas del sector óptico** (gaceta óptica, etc...) De esta manera la empresa se dará a conocer entre un público objetivo el cuál se interesará por nuestro producto.
- ❖ **Tarjetas de visita:** Tarjetas de visita con el logo de la empresa, donde se detalla nuestra ubicación, número de teléfono, página web, con la posibilidad de ponerse en contacto con el equipo cuando sea necesario. El asesor comercial se encargará de repartirlas en los centros ópticos, etcétera.
- ❖ **Folletos:** Breve resumen y presentación de la marca donde se explica con gran detalle las características de los productos. También se detallan datos como la dirección donde se ubica nuestro establecimiento, número de teléfono, página web, y un pequeño mapa explicativo con la localización.
  - ✓ Repartiremos estos folletos en las diferentes ópticas a las que nuestro comercial acuda para darnos a conocer, así tanto los gerentes de las



ópticas como el propio público podrán informarse y visitar nuestra página web para conocernos más en profundidad.

❖ **Patrocinio de Eventos deportivos en la Comunidad Valenciana:** Gracias al clima cálido y al turismo que esto atrae, se celebran grandes eventos deportivos durante todo el año en la comunidad Valenciana, como la WORLD CUP de Vela entre otros. Aunque es una opción más costosa, el patrocinio en este tipo de eventos incrementará exponencialmente el posicionamiento y la notoriedad de la empresa, además ayudará a diferenciar la marca frente a la competencia.

Nos reportará grandes beneficios debido a la presencia de miles de deportistas venidos de todas partes tanto a nivel nacional como internacional.

Para conseguir un patrocinio exitoso, deberemos tener en cuenta:

- Analizaremos el público objetivo y aficionados que asisten a este tipo de eventos
- Optar por patrocinar deportes relacionados con los productos y servicios que ofrece nuestra marca. De esta manera, se incrementará el interés y la repercusión entre los aficionados y/o espectadores.
- Ventaja económica gracias a la posibilidad de deducción del capital aportado en el Impuesto de Sociedades.

❖ **Página Web:** El principal objetivo de la página web [www.woodson.com](http://www.woodson.com) será la de tener una presencia de calidad en la red. Información sobre los productos y servicios que ofrece la empresa, precios, promociones, descuentos, fotos y vídeos, artículos y noticias destacadas dentro del sector de la óptica y el deporte. Además, habrá también un apartado con opiniones y sugerencias de clientes gracias al cual podremos mejorar nuestro servicio.

❖ **Tienda online** mediante las plataformas **Ebay y Amazon**, nos acercarán a cualquier consumidor alrededor del mundo que desee comprar nuestro producto. Fácil acceso al producto.

❖ **Redes Sociales:** Actualmente las redes sociales son un canal imprescindible dentro de un plan de marketing digital. Pueden llegar incluso a ser el canal principal de ventas y el más importante para una pyme. Para ello contaremos con registros en las plataformas Facebook e Instagram a través de las cuales esperamos llegar a un gran número de personas que pueden estar interesadas en nuestros productos. La combinación de redes sociales con marketing de influencers puede suponer grandes beneficios para nuestra empresa. Estas redes sociales son visitadas por millones de personas cada día, lo que nos dará un gran impulso para atraer más visitantes a nuestro perfil.

Contar con alguna cara conocida para promocionar los productos de una empresa dentro de sus perfiles en redes sociales dará un gran impulso al nivel de ventas y el coste de éste tipo de publicidad es relativamente bajo.



Fuente: [www.google.es](http://www.google.es)

Se enumeran las principales ventajas del uso de redes sociales para un negocio:

- Gran impacto en los clientes potenciales.
- Coste relativamente bajo comparado con otros formatos publicitarios.
- Dispondremos de más medios para segmentar y encontrar a un público objetivo ya que se podrán crear campañas mucho más específicas.
- Mayor flexibilidad de formatos de anuncios. Podrán ser visuales, escritos, videos.

- Mayor seguimiento del avance de la campaña publicitaria y el número de visitas que ha recibido. Así se conocerá mejor a los clientes más fieles y de esta manera mejorar en posibles campañas futuras.

Hoy en día las redes sociales son una forma más de poder llevar nuestro negocio mucho más lejos.

### ➤ Campaña de **PROMOCION**

Para lograr un mayor impacto publicitario, se llevarán a cabo distintas promociones a lo largo del año. El objetivo es atraer a los consumidores a adquirir nuestro producto durante estas promociones especiales.

Como hemos mencionado antes, una buena promoción sería la de ofrecer una reducción de precio en un segundo par de gafas. De esta manera, dos personas podrán beneficiarse de la oferta y adquirir nuestros productos a un precio algo más reducido. Sin embargo, sólo haremos este tipo de promociones en ocasiones muy especiales, pues no queremos que el consumidor considere esto como algo habitual y estime que el precio real del producto es el precio rebajado. Por tanto, haremos sólo esta campaña promocional en periodo de **REBAJAS** (mes de Enero y Julio) y el día de **BLACK FRIDAY**.

Tendremos vigente una promoción especial de FIDELIZACIÓN al CLIENTE, nuestros clientes obtendrán descuento en su segunda compra, así como una tarjeta regalo ofreciendo descuento familiar.

También sólo durante estos periodos haremos entrega de pequeños obsequios o detalles por cada pedido realizado. Estas campañas publicitarias se van a llevar a cabo para conseguir diferentes objetivos:

- Hacer que nuestros usuarios conozcan la marca y nuestros productos.
- Persuadir al cliente de cuándo queremos que consuma.
- Conseguir un impacto gracias a la venta cruzada, combinando la compra de dos gafas.
- Conseguir un mayor número de visitas en nuestros perfiles de redes sociales y página web.

Para finalizar, cada óptica que desee tener gafas de sol Woodson, recibirá un pequeño display o exhibidor para sus escaparates, con el fin de atraer clientes y despertar un cierto interés por conocer la marca y nuestros productos.

## 5. PLAN DE PRODUCCIÓN

En este caso, al tratarse de una empresa comercial, la fabricación estará externalizada y nuestras funciones se limitarán principalmente al diseño y distribución de las gafas de sol. De esta manera concentramos todos los esfuerzos en crear modelos atractivos y de alta calidad visual, que nos diferencien de la competencia. Este proceso de diseño se llevará a cabo desde nuestra sede en Paterna (Valencia).

Por otra parte, al subcontratar la fabricación a un proveedor asiático, el período entre pedido y recepción de la mercancía es algo más extenso, lo que supone mantener un stock mayor para evitar roturas que impacten en las ventas. De aquí la razón del mayor tamaño de lo aparentemente necesario de nuestro almacén.

En **la elección de nuestro proveedor** hemos tenido en cuenta la relación calidad-precio, la fiabilidad y el período de pago. Las condiciones acordadas serán las siguientes: pago a 30 días se aplica un descuento del 5%; pago a 60 días o a 90 días (sólo para pedidos superiores a 30.000€).

Será necesario no excedernos en los niveles de stock para evitar un problema de obsolescencia, lo que es muy corriente en un producto actual como las gafas de sol.

## 6. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

### Presentación de los empleados

- **Directora Técnica:** Nuestra empresa será gestionada y operada por una Graduada en óptica y optometría, además tiene una importante experiencia en negocios, finanzas y contabilidad gracias a su trayectoria profesional. Ocupó un puesto de sales manager con más de diez empleados a su cargo. Cuenta con una amplia experiencia y conocimiento en todos los aspectos de las operaciones de negocios y gestión que incluye: contabilidad, nómina, informes fiscales, compras, material de control, tecnología de la información, contratos legales y recursos humanos. Además siempre ha estado interesada en moda y diseño, cursando algún curso especializado en este campo. Será pues bien la encargada de diseñar la forma, color y elegir el material de nuestros productos.
  
- **Comercial y Marketing:** Nuestro comercial, además socio de la empresa, va a desempeñar distintas tareas y funciones. En primer lugar, será la persona encargada de visitar los centros ópticos de distintas áreas de la Comunidad Valenciana. Va a ser el responsable de formar y conseguir una cartera de clientes para nuestro negocio, visitará distintas ópticas y laboratorios ópticos para dar a conocer nuestros productos, y establecerán relaciones con los clientes para futuras inversiones.  
Su función también estará muy centrada en publicidad y campañas de marketing, por lo que será muy importante que tenga una formación superior especializada, master o postgrado, en dirección comercial y marketing.  
Su formación deberá tener conocimientos de empresariales, ventas, gestión comercial y marketing, así como un amplio dominio del Inglés.

En cuanto al salario, el comercial tendrá un salario base establecido al mes, además obtendrá unos beneficios variables que dependerán del número de ventas y cantidad de clientes aportados.

- **Redes Sociales o Community Manager:** Será el encargado de gestionar y administrar tanto la página web de la marca, las plataformas de venta online Amazon y Ebay, y las redes sociales o comunidad virtual alrededor de nuestra marca, creando de esta manera, grandes lazos estables y duraderos con los clientes y usuarios interesados en nuestros productos.

Será el encargado de dar a conocer nuestros productos en las redes sociales, especialmente Facebook e Instagram mediante diferentes publicaciones, fotos, vídeos, campañas de promoción, etcétera.

Esta persona es graduada, con formación específica en comunicación, y marketing digital. Es imprescindible tener conocimientos de programas de diseño: Photoshop, Illustrator, Indesign y altos conocimientos de Office.

Al igual que el gestor comercial, tendrá un salario base que se verá incrementado con el tiempo en función de los resultados obtenidos.

#### **4.2 NECESIDADES FUTURAS**

Hemos calculado que esta estructura de empresa la podremos mantener durante los dos primeros años de vida, aunque eso dependerá del número de clientes y volumen de trabajo que vayamos a tener en un futuro.

## 7. PLAN ECONOMICO FINANCIERO

En lo referente al plan económico y financiero, vamos a recoger todos los datos posibles para determinar si la empresa será viable económicamente y así asegurar que nuestro negocio va a cumplir con los requisitos de rentabilidad así como la solvencia y liquidez necesarias para que perdure en el mercado el máximo tiempo posible.

Como ya hemos mencionado, en nuestra empresa vamos a optar por monturas de calidad y exclusivas pero a un precio contenido para poder captar y fidelizar al mayor número de clientes posible.

En primer lugar, detallaremos el balance de situación inicial:

### BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVO	INICIAL
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	
<b>GASTOS DE ESTABLECIMIENTO</b>	<b>4.370,00</b>
Gastos de constitución	970,00
Gastos de primer establecimiento	3.400,00
<b>INMOVILIZADO MATERIAL</b>	<b>4.730,00</b>
Utillaje	125,00
Mobiliario	1.200,00
EPI	2.500,00
Otro inmovilizado material	905,00
<b>INMOVILIZADO FINANCIERO</b>	<b>2.400,00</b>
Fianzas constituidas a largo plazo	2.400,00
<b>AMORTIZACIÓN ACUMULADA DEL INMOVILIZADO</b>	<b>-</b>
Amortización acumulada del inmovilizado material	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	
<b>EXISTENCIAS</b>	<b>31.230,00</b>
Mercaderías	31.200,00
Otros aprovisionamientos	30,00
<b>REALIZABLE</b>	<b>2.337,30</b>
Clientes	
Hacienda Pública, deudora por IVA	2.337,30
<b>DISPONIBLE</b>	<b>12.659,70</b>
Bancos	12.659,70
Caja	
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>57.727,00</b>



<b>PASIVO + PATRIMONIO NETO</b>	<b>INICIAL</b>
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>6.000,00</b>
Capital	6.000,00
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>6.666,70</b>
Deudas a largo plazo con entidades de crédito	6.666,70
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>45.060,30</b>
Proveedores	31.200,00
Acreedores	4.803,70
Proveedores de inmovilizado a corto plazo	5.723,30
Deudas a corto plazo con entidades de crédito	3.333,30
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO NETO</b>	<b>57.727,00</b>

Como se muestra en el Balance de situación, la financiación de la empresa proviene de los fondos propios y una fuente de financiación ajena:

- Recursos propios: 6.000 €
- Préstamo de entidad bancaria: 10.000 €

<b>PRODUCTO</b>	<b>UNIDADES/AÑO</b>	<b>PRECIO VENTA</b>	<b>IMPORTE</b>
Modelos WS20	400	75 €	30.000 €
Modelos WS30	315	79 €	24.885 €
Modelos WS40	425	75 €	31.875 €
Modelos Polarizados	600	89 €	53.400 €

En cuanto a las ventas, a continuación detallamos las unidades y precios presupuestados.

De manera que la Cuenta de Resultados + Presupuesto para los tres próximos años quedaría:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ventas	140.000,00	147.000,00	161.700,00
Coste de las ventas	70.000,00	73.500,00	80.850,00
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>70.000,00</b>	<b>73.500,00</b>	<b>80.850,00</b>
Salarios	60.000,00	60.000,00	60.000,00
Alquiler	9.600,00	9.600,00	9.600,00
Publicidad	-	2.500,00	200,00
Transporte	1.500,00	1.600,00	1.750,00
Suministros	1.680,00	1.300,00	1.300,00
Otros gastos de explotación	200,00	200,00	200,00
Amortizaciones	2.451,00	2.451,00	2.451,00
<b>BAIT</b>	<b>- 5.431,00</b>	<b>- 4.151,00</b>	<b>5.349,00</b>
Intereses	500,00	333,30	166,65
<b>BAI</b>	<b>- 5.931,00</b>	<b>- 4.484,30</b>	<b>5.182,35</b>
Impuestos	0	0	1.295,59
<b>BDI</b>	<b>- 5.931,00</b>	<b>- 4.484,30</b>	<b>3.886,76</b>

Comenzaremos el estudio de la viabilidad de la empresa con el cálculo del punto muerto o umbral de rentabilidad a partir del mix de ventas planificado:

$$\text{PUNTO MUERTO} = \frac{73.851,00}{40,28} = \mathbf{1.834 \text{ UNIDADES}}$$

El punto muerto nos indica el nivel de ventas a alcanzar con el nivel de costes fijos actual para cubrir todos los costes de la empresa. Este nivel de ventas, gracias al esfuerzo en publicidad, será superado a partir del tercer año.

El cálculo que nos permite conocer las dificultades que podría tener la empresa para atender los pagos a corto plazo es el Fondo de Maniobra, que se calcula como el Activo Corriente – Pasivo Corriente:

$$\text{FONDO DE MANIOBRA} = 46.227,00 - 45.060,30 = \mathbf{1.166,70 \text{ €}}$$

Un Fondo de Maniobra positivo indica que la empresa no debería tener problemas a corto plazo para pagar sus deudas y esto es así desde el primer año, a pesar de estar en pérdidas.

Nota: En la cuenta de resultados del año 1 y 2, no se pagará el impuesto de sociedades (1.482,75 y 1.121.08€ respectivamente) ya que el resultado es negativo.

#### ➤ **SISTEMA DE COBRO A CLIENTES**

El cobro a los clientes provenientes de las plataformas online (Amazon, Ebay) efectuarán el pago al contado. Por su parte, las ventas a ópticas independientes y cadenas de distribución se cobrarán a 60 días.

Con estas condiciones, tendremos la seguridad a priori de mantener un fondo de maniobra positivo.

## ➤ **SISTEMA DE PAGO A PROVEEDORES**

Tal y como se ha especificado en el plan de producción, las condiciones acordadas con nuestro proveedor serán las siguientes:

- 5% de descuento si pagamos a 30 días,
- Pago por defecto a 60 días,
- En caso de pedidos superiores a 30.000€ podemos aplazar el pago hasta 90 días.

## **8. CONFIDENCIALIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS**

Si algún día se llevara a cabo nuestro proyecto, deberemos llevar a cabo una serie de requisitos para cumplir la ley de protección de datos, fomentando así la protección y control de los datos personales, un derecho fundamental que poseen todas las personas. Así, se evita que nuestros datos personales sean usados para vulnerar nuestra intimidad y otros derechos fundamentales y libertades.

La LOPD, obliga a todas aquellas personas, empresas u organismos (públicos o privados) que por sus actividades dispongan de datos y archivos de carácter personal, a cumplir con una serie de requisitos como: guardar datos de clientes en archivos bajo llave, así como en formato electrónico y dar aviso a la agencia de protección de datos sobre la existencia de esos archivos. Los datos que recojamos de nuestros clientes deberán ser solo los necesarios para cumplir con el fin con el que van a ser utilizados, y además estos podrán ser rectificados o cancelados si el cliente lo solicita.

## 9. CONCLUSIONES

Gracias a la elaboración de este plan de negocio, he ampliado mis conocimientos en el ámbito económico y financiero, así como en los planes de marketing y campañas de publicitarias y de promociones. Además me ha ayudado a valorar la posibilidad de crear mi propia empresa de gafas de sol en un futuro.

Hemos visto la gran competencia que existe en el mercado óptico actual, especialmente tras la irrupción de las nuevas tecnologías en nuestras vidas y las compras online, existiendo una gran competencia de empresas dedicadas a distribuir productos ópticos.

Por ello, nuestra empresa WOODSON SL, destacará con respecto a sus competidores ofreciendo exclusivas gafas de sol deportivas, que ofrecen un máximo confort gracias a un novedoso sistema anti deslizado y al material exclusivo de sus varillas, poniendo en marcha una gran campaña de marketing digital diseñada por nuestro especialista, así como diferentes campañas y promociones que llevaremos a cabo para dar a conocer nuestros productos.

Según este plan de negocio, sería una empresa previsiblemente viable. Aunque el primer y el segundo año obtendremos más pérdidas que beneficios, lograremos superar esto en los próximos años, recuperándose con beneficios que esperamos que continúen así en el futuro.

## **10. BIBLIOGRAFÍA**

1. Greg Balakando-Dickson (2007). Como preparar un plan de Negocio Exitoso.
2. W. Stettinius, D.R. Wood, J.L. Doyle (2015). Plan de Negocio. Como diseñarlo e Implementarlo.
3. Fuetes Fuente, M. M.; Cordón, E. Fundamentos de dirección y administración de empresas. Ed. Pirámide. Barcelona, 2011.
4. Catálogo de monturas de la empresa Oakley y Nike.
5. Fuetes Fuente, M. M.; Cordón, E. Fundamentos de dirección y administración de empresas. Ed. Pirámide. Barcelona, 2011.

### **Consultas en Internet**

1. [http://emprenderioja.es/files/recurso/modelo\\_plan\\_de\\_negocio.pdf](http://emprenderioja.es/files/recurso/modelo_plan_de_negocio.pdf)
2. COLEGIO NACIONAL DE OPTICOS Y OPTOMETRISTAS DE ESPAÑA.  
<http://www.cnoo.es/>.
3. WIKIPEDIA; Plan de negocio. [http:// es.wikipedia.org/wiki/Plan\\_de\\_negocio](http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_de_negocio)
4. WIKIPEDIA; Análisis DAFO
5. [www.fundapymes.com](http://www.fundapymes.com)
6. [www.destinonegocio.com](http://www.destinonegocio.com)
7. [www.expansion.com](http://www.expansion.com)
8. [www.e-connomic.es](http://www.e-connomic.es)
9. [www.lens-sport.com](http://www.lens-sport.com)

